

УДК 330.130.2

Зелінський Микола,

к. філос. н., професор кафедри філософських та соціальних наук КНТЕУ

Саракун Лариса,

к. філос. н., доцент кафедри філософії НУХТ.

КУЛЬТУРА Й ЕКОНОМІКА: ЕФЕКТ ВЗАЄМОДІЇ В РИНКОВИХ УМОВАХ

Досліджуються основні аспекти взаємодії культури й економіки. Розкриваються механізми фінансування галузі культури в умовах ринку. Обґрунтовується необхідність радикальних змін в ідеології управління соціальними й фінансовими проблемами культури. Розглядається економічна креативність у виробництві культурних благ і послуг.

Ключові слова: культура, економіка культури, ринок, механізми фінансування культури, екстерналії, креативний сектор.

Зелинский М., Саракун Л. Культура и экономика: эффект взаимодействия в рыночных условиях. *Исследуются основные аспекты взаимодействия культуры и экономики. Раскрываются механизмы финансирования отрасли культуры в условиях рынка. Обосновывается необходимость радикальных изменений в идеологии управления социальными и финансовыми проблемами культуры. Рассматривается экономическая креативность в производстве культурных благ и услуг.*

Ключевые слова: культура, экономика культуры, рынок, механизмы финансирования культуры, экстерналии, креативный сектор.

Постановка проблеми. Багатовіковий історичний досвід переконливо демонструє, що без врахування ролі культури в соціумі неможливий поступальний його розвиток, зокрема, і економіки, що закономірно призводить до різного роду криз і конфліктів. Розкриття особливостей взаємодії культури й економіки дозволяє достовірно оцінити зміст і спрямованість соціально-економічних перетворень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем економіки культури присвячені праці У. Боумоля, У. Боуена, В. Геєця, А. Рубінштейна, Д. Тросбі, Б. Фрея. Зокрема, А. Рубінштейн розглядає питання фінансового забезпечення сфери культури та законодавчого її регулювання. Новий погляд на економічні аспекти культурної діяльності та культурний контекст економіки й економічної поведінки пропонує відомий економіст Д. Тросбі. Він показує, яким

чином здійснюється оцінка культурних благ у економічному та культурному відношенні і вводить поняття культурного капіталу й стійкості.

В межах аналізу означених проблем залишаються недостатньо дослідженими механізми фінансування сфери культури в нових економічних умовах.

Мета статті – проаналізувати взаємовплив культури й економіки та розкрити роль держави, бізнесу та громадськості у розвитку сфери культури.

Результати дослідження. В умовах поглиблення ринкових відносин сфера культури, як ніяка інша, відчуває значні труднощі. Не дивлячись на те, що чимало закладів культури мають можливість заробляти кошти, реалізуючи свій творчо-виробничий продукт (послуги), все ж однією з базових закономірностей сучасної економіки культури є так звана «хвороба витрат» (cost disease), відкриття якої належить У. Баумолю та У. Боуену [11]. Суть цього феномена полягає в тому, що для деяких видів художньої культури, виконавського музичного мистецтва витрати перевищують прибуток (від проданих квитків). Як наслідок, саме існування організацій, які продають послуги виконавського характеру, виявилось проблемним, оскільки їх діяльність не окупається і вони змушені звертатися за фінансовою підтримкою до держави і меценатів, намагатися сформувати первісний капітал.

Стосовно обсягів державної підтримки культури до цього часу не існує співвідносних даних в контексті міжнародних порівнянь. На цю проблему дослідники постійно звертають увагу. Незважаючи на започаткування ЮНЕСКО у 2009 році єдиних правил здійснення статистичного обліку у сфері культури, співставлення даних з фінансування культури як і раніше досягти не вдається, бо в різних країнах у культурний сектор включають різні види дозвіллевої діяльності. За даними OECD, найвищий обсяг державної підтримки (% від ВВП) за статтею «культура і рекреація» в докризовий період відмічався у: Данії (1,6%), Франції (1,5%), Ізраїлі (1,4%), Чехії (1,3%) [7, с. 91].

Бюджетне фінансування культури в Україні й у часи незалежності здійснюється за залишковим принципом як одна з «малозначимих» галузей економіки. Водночас не слід заперечувати необхідність задоволення потреб більшості людей у культурних благах, таких, як послуги бібліотек, музеїв, театрів, кінотеатрів за цінами доступними для усіх соціальних верств населення. В складній ситуації, що склалася в країні, слід не скорочувати, а трансформувати різні заклади соціально-

культурної сфери, де можуть бути як додаткові платні, так і гарантовані безкоштовні послуги.

Серед основних аргументів, що обумовлюють необхідність державної підтримки культури, слід зазначити наступні:

- культура відноситься до суспільних благ, які потребують субсидій;
- культура створює позитивні екстерналії і відноситься до категорії меріторних благ;
- з позиції соціальної справедливості вона повинна бути доступною для кожного [7, с. 94].

Основоположник економіки культури У. Баумоль цей перелік доповнює стартапом культурної діяльності й тезою про те, що культура повинна розглядатися в якості інвестицій у майбутнє. Іншим лейтмотивом теоретичного обґрунтування державної підтримки культури з точки зору економічної теорії є необхідність корекції «провалів» ринку. До цієї аргументації зверталось чимало економістів. Зокрема, в роботах швейцарського економіста Б. Фрея обґрунтування необхідності державного втручання набули системного характеру.

Не зменшуючи значимість культури у розвитку суспільства, з точки зору економічної теорії, виникає резонне питання: якщо роль культури така значна, тоді чому це не відображується на її затребуваності, тобто на попиті з боку споживачів? Б. Фрей пропонує відповісти на це питання з двох сторін: попиту і пропозиції [13, с. 390–393].

Пропозицій в культурі та мистецтві недостатньо, якщо ринок не виявляє всі уподобання споживачів, їх реальну зацікавленість у використанні культурних благ. Згаданий дослідник Б. Фрей виділяє три ситуації, за яких попит на культурні блага визначається ринком не в повному обсязі: неринковий характер попиту на культурні блага; позитивні екстерналії, що виникають в результаті культурної діяльності; віднесення мистецтва до категорії суспільних благ.

Неринковий характер попиту на культурні блага науковець пов'язує з соціальною значущістю культурної діяльності загалом. Він виокремлює п'ять основних різновидів соціальної значущості культурних благ для споживача.

По-перше, відкладене в часі залучення до культурних цінностей (люди цінують можливість отримання задоволення від мистецтва коли-небудь в майбутньому). По-

друге, наявність культурної діяльності без залучення до неї (люди отримують задоволення від самого існування осередку культури, не замислюючись над тим, відвідають вони його в майбутньому). Люди навіть можуть знати заздалегідь, що самі вони ніколи не будуть брати участь в культурній діяльності, але вони цінують саме наявність такої діяльності. По-третє, турбота про майбутні покоління (люди відчують задоволення від усвідомлення того, що їх нащадки при бажанні зможуть отримати задоволення від відвідування об'єктів культури). Деякі люди самі можуть не бути цінителями мистецтва, але вони розглядають його як спадщину для майбутніх поколінь. По-четверте, почуття національної гордості (люди відчують задоволення від усвідомлення своєї причетності до місцевої культурної пам'ятки, яка приваблює численних туристів з різних куточків земної кулі). У багатьох випадках, культурна діяльність дуже тісно асоціюється з національною самобутністю, престижем і суспільною злагодою [13, с. 391]. По-п'яте, освіта та культурне просвітництво (люди усвідомлюють, що культурні організації сприяють підвищенню культурного рівня населення, вихованню художнього смаку).

Б. Фрей, аналізуючи провали ринку (стосовно попиту), вказує на аргумент неринкового попиту на культурні блага, демонструючи цим самим не що інше, як існування потреб суспільства, які не є ринковим механізмом. Він зазначає, що не зовсім коректно відносити ці потреби до провалів ринку, оскільки ринок не фіксує їх існування. Підтримка культури з боку держави обумовлена провалами ринку, зокрема позитивними екстерналіями, які створює культура для суспільства [12, с. 71]. З одного боку, культурна діяльність може супроводжуватися позитивними екстерналіями як для індивідуумів, так і організацій, які безпосередньо не беруть участі у процесі виробництва культурних благ. Останні користуються результатами, за які вони не платять і за які, отже, виробник означених благ на ринку не отримує прибуток. З іншого боку, певною вигодою можуть скористатися індивідууми й фірми, які не заплатили за їх споживання. В обох випадках виробництво культурних благ недостатньо в порівнянні з тим, що оптимально для суспільства. Б. Фрей підкреслює, що позитивні екстерналії від діяльності театрів, музеїв і культурних організацій відчують на собі не тільки ті люди, які їх відвідують, а й суспільство в цілому [14, с. 20].

Багато економістів пов'язують позитивні екстерналиї з освітньою функцією культури та мистецтва. Суспільство загалом виграє від підвищення освітнього та культурного рівня населення. У підсумку це виражається в удосконаленні людського потенціалу, покращенні якості соціального середовища, що не може не позначитися і на економічному розвитку. Наприклад, американський економіст Д. Фулerton вважає субсидування культурних організацій кращим способом для досягнення цілей освіти в контексті культурного розвитку суспільства, ніж субсидування власне освітніх організацій. Йдеться про те, що цільовою аудиторією шкіл і університетів апріорі є та частина суспільства, яка тією чи іншою мірою залучена в процеси культурного споживання. Субсидування культурних організацій дозволить розширити масштаби культурного просвітництва і створити сприятливі умови для доступності культурних благ широкому загалу населення [15, с. 75].

Інший економіст Т. Сітовскі пов'язує державну підтримку культури з необхідністю протистояти процесам дегуманізації суспільства. Якщо «виплеск» емоцій людини буде здійснюватися через творче начало шляхом безпосередньої участі як у професійній культурній діяльності, так і в аматорському мистецтві, то це дозволить захистити людей від тваринних інстинктів людської натури, а значить, знизити рівень агресії в суспільстві, протистояти різним проявам асоціальної поведінки, поширенню алкоголізму та наркоманії. Т. Сітовскі відкидає стандартні аргументи на підтримку культури і мистецтва, такі як турботу про майбутні покоління, відмічаючи, що єдиним вагомим інструментом державної підтримки культури є те, що вона постає засобом формування художнього смаку [17, с. 68].

Повертаючись до вищезгаданого Б. Фрея, слід зазначити, що він розглядає й інші ситуації, при яких ринок не в змозі виявити реальні вподобання споживачів культурних благ. Зокрема, наділення культури властивостями публічних благ; стартап культурної діяльності; недосконалість конкуренції в сфері культури; відставання виробництва в сценічних мистецтвах.

Обґрунтування державної підтримки культури Б. Фрей також пов'язує з необхідністю забезпечення рівних можливостей залучення широких верств населення до культурних цінностей, що обумовлено не корегуванням «провалів» ринку, а ціннісною аргументацією. Практика показує, що публіка, яка проявляє інтерес до культури і мистецтва, представлена переважно заможними людьми. Тому

забезпечення доступності до культурних цінностей широкого загалу населення вимагає не тільки залучення коштів громадськості, а й реалізації цілого комплексу заходів з розвитку художнього смаку у людей, тобто – широкомасштабного культурного просвітництва. Без державної підтримки культура і мистецтво стануть доступними переважно для заможних верств населення [12–14].

Хейльбрун і Грей відзначають, що проблема відсутності рівних можливостей для залучення широких верств населення до культурних цінностей полягає не тільки у високих цінах і низьких доходах, а й в регіональних диспропорціях. У місцевих спільнотах існує нестача культурних закладів на професійній основі. Субсидії необхідні для того, щоб допомогти поширити мистецтво і культуру географічно, а також збільшити їх доступність для бідних верств населення [16, с. 217].

Культура, розвиваючись, спирається на підтримку держави, яка несе юридичні зобов'язання перед минулим, сьогоденням і майбутнім за збереження культурної спадщини народу, що проживає на її території. Вона забезпечує рівність можливостей і умов культурного розвитку громадян, визначає напрямки, зміст та форми державної підтримки культури з урахуванням національних традицій, рівня політичного та економічного розвитку суспільства.

Фінансування за рахунок державного та місцевих бюджетів повинно відбуватися на основі чітко визначених стандартів гарантованих безоплатних послуг у сфері культури. Це, у свою чергу, передбачає вдосконалення не лише формального розподілу бюджетних коштів, а й встановлення стандартів надання обов'язкових безоплатних послуг у сфері культури.

Обсяг бюджетного забезпечення культурно-мистецьких програм має визначатися на підставі мінімальних стандартів забезпечення культурно-мистецькими послугами. При цьому також повинні враховуватися особливості депресивних регіонів України, в яких тривалий час функціонують недостатньо розвинені осередки культури.

Запровадження мінімально необхідного бюджетного забезпечення культурних програм дасть змогу стабілізувати якість культурно-мистецьких послуг. Воно має становити основу видатків річного зведеного бюджету України на галузь культури і мистецтв. А запровадження інноваційних бюджетних програм створить умови для подальшого розвитку культурно-мистецької галузі. Планування та виконання таких

програм повинно відбуватися також на основі проектів, поданих закладами культури до державних та місцевих органів влади.

У багатьох країнах світу культура підтримується різними благодійними організаціями. Значного розповсюдження благодійництво набуло у США. Це звична форма підтримки культури, коли заможні люди вважають своїм обов'язком надавати безкоштовну допомогу в розробці гуманітарних проектів. Одні допомагають театрам, інші виділяють кошти на розвиток музейної справи, треті підтримують місцеві осередки культури. І все це робиться за покликом серця.

До нових каналів фінансування культури відноситься і цільовий капітал, який широко розповсюджений у країнах Західної Європи. Це внесок, певний обсяг фінансових ресурсів, відкладених на користь некомерційних організацій на певних умовах. Це можуть бути пожертвування чи спеціально зібрані кошти, це своєрідний інвестиційний актив у вигляді грошей, цінних паперів, нерухомого чи іншого майна, переданого некомерційним організаціям юридичними чи фізичними особами у якості благодійної допомоги. Заклади культури можуть щорічно отримувати кошти у вигляді відсотків, ренти чи прибутку.

Нині розвиток меценатства і благодійна діяльність загалом в Україні фактично лише започатковуються. Останнім часом про них згадують часто. Ухвалено закон України про благодійництво та благодійні організації. Цей закон визначає загальні засади благодійництва, забезпечує правове регулювання відносин у суспільстві, спрямованих на розвиток благодійної діяльності, утвердження гуманізму і милосердя. [3]. Нерідко матеріальна, фінансова та інша підтримка фізичними і юридичними особами тих, хто потребує благодійної допомоги, здійснюється для того, щоб популяризувати тільки своє ім'я, власну торгову марку. При цьому необхідно також звертати увагу на те, куди саме спонсори вкладають кошти. Зазвичай, український благодійник спонсорує шоу-бізнес (під виглядом розвитку культури), спорт і різні розваги, які в кінцевому рахунку принесуть йому прибуток. Такий «благодійник» не спонсорує: видавничу діяльність, класичну музику, бібліотеки, музеї, дитячі та юнацькі заклади дозвілля. Замість меценатства здійснює рекламні акції, а гроші вкладає в поп-культуру, яка формує сумнівні цінності, здійснюючи помітний негативний вплив на свідомість людини. Щоб в Україні з'явилися справжні меценати

держава має створити необхідні умови, аби меценатство у сфері культури стало престижним.

Міркуючи про нестабільність і брак фінансування культури впродовж усього періоду української незалежності, слід задати питання: чи справді в цьому основна проблема? Експертна платформа «Культура 2025», поставивши собі таке запитання, дійшла висновку: ні. Причина криється у тому, що держава інвестує кошти здебільшого у бізнес-проекти, не замислюючись про подальший розвиток сфери культури.

Імідж України у світі, її міжнародний статус безпосередньо пов'язані з раціональним використанням потенціалу культури. Важливу роль відіграє позиціонування України в Європейському Союзі як промоутера культурного розвитку, ініціатора та учасника міжнародних культурних проектів, що впливають на соціально-економічні показники та сприяють консолідації суспільства. У цьому контексті відомий учений-економіст В. Геєць наголошує: «головне завдання нашої держави на найближчу перспективу – забезпечити достатній рівень конкурентоспроможності як країни в цілому, так і окремих її регіонів, щоб в умовах глобалізації економічних процесів бути гідним суб'єктом у системі міжнародних і міжекономічних відносин» [1, с. 10].

Внаслідок революції Гідності українська культура отримала визнання як важливий консолідуючий чинник саме завдяки громадянському суспільству, представники якого висунули до держави категоричні вимоги щодо реформування культурної політики. Однак багато з висунутих ідей складно втілити на практиці через брак відповідних державних механізмів. Зокрема, для сфери культури в нашій країні залишаються малознайомими (а відтак і незадіяними) такі поняття європейської культурної політики, як креативна економіка, культурні та креативні індустрії, креативні міста [6]. Це робить неможливими будь-які зусилля з євроінтеграції, оскільки сам зміст європейської культурної політики залишається для українських чиновників нез'ясованим, а культура не визнається ними рушієм економічного розвитку.

У той самий час в ЄС підтримка сектору культури, який визначається у документі ЮНЕСКО «Creative Economy Report 2013» як доволі продуктивний та динамічний, є одним із пріоритетів соціально-економічного розвитку. Про це

зазначено й у стратегії «Європа 2020». Культура і творчий сектор визнані джерелами економічного зростання та зайнятості населення, порозуміння і діалогу в суспільстві.

Важливість інвестицій у культуру та творчий сектор підкреслює програма Європейської Комісії «Креативна Європа», розрахована на 2014–2020 роки [8]. Слід підкреслити, що ця програма є рамковим документом, спрямованим на підтримку європейського культурного і аудіовізуального секторів. Бюджет програми, зокрема на період 2014–2020 рр., становить 1,46 мільярдів євро. На відміну від попередніх культурно-гуманітарних проектів Європейської Комісії нова програма передбачає участь країн, які не є членами ЄС: України, Молдови, Грузії та Туреччини.

Крім того, програма спрямована на підтримку європейського кіно, культури та креативного сектору, розширюючи масштаби зайнятості населення, що, безумовно, сприятиме економічному зростанню. Планується підтримати десятки тисяч митців, фахівців культури та аудіовізуального сектору, представників «виконавчого» мистецтва (театр, танець), образотворчого мистецтва, видавничої справи, кінематографії, телебачення, музики та відео-індустрії. Сприяючи європейській культурній активності, пошуку нових аудиторій в інших країнах, програма також допоможе зберегти культурне розмаїття.

Нині визнано, що культура відіграє провідну роль в економіці ЄС та інших країн Заходу. Завдяки вищезгаданим секторам відбулося зростання внутрішнього валового продукту ЄС на 4,5%, і майже на 4% зросла зайнятість (з'явилося 8,5 мільйонів робочих місць). Європа є світовим лідером із експорту продукції креативних індустрій. Нова програма відповідає на виклики, що з'явилися внаслідок глобалізації і поширення цифрових технологій. Це змінило способи створення культурного продукту, вплинуло на шляхи його поширення та сприйняття.

Участь у програмі «Креативна Європа» є необхідною для України з огляду на можливості подальшого розвитку культури та її фінансування. Дана програма Європейського Союзу спрямована на підтримку культурного, креативного та аудіовізуального секторів. З 2014 до 2020 року на реалізацію європейських проектів, що дають можливість подорожувати, охоплювати нові аудиторії, обмінюватися практичними навичками та вдосконалюватися, планується виділити 1,46 мільярда євро.

Сьогодні існує близько 18 каналів (які нерідко іменують «схемами» або «напрямами»), що надають можливість фінансування у рамках «Креативної Європи». Кожен з них охоплює окремий сектор або вид діяльності. «Креативна Європа» надає фінансову підтримку лише тим проектам, які виконують поставлені завдання, а саме:

- зміцнення креативного сектору та нарощування потенціалу;
- формування аудиторії;
- розробка нових бізнес-моделей;
- створення та підтримка віртуальних проектів.

Для оцінки проектних заявок у рамках оголошених конкурсів залучаються незалежні експерти. З метою уникнення конфлікту інтересів існують чіткі правила їх відбору, сфера діяльності яких найкраще відповідає проблематиці проектної заявки. Всі заявки оцінюються згідно зі шкалою оцінювання. Після висновків експертів проекти розглядаються Комісією, яка приймає остаточне рішення щодо списку відібраних проектів. При відборі проектів увага приділяється дотриманню термінів подачі заявок, наявності усіх необхідних документів, якості методології проекту, обґрунтуванню фінансових затрат на реалізацію проекту тощо [8].

Висновки. Розширення рамок взаємодії культури й економіки призводить до того, що завдання держави в умовах поглиблення ринкових відносин полягає не тільки в тому, щоб безпосередньо фінансувати заклади культури, а й в тому, щоб організувати фінансування в рамках державно-приватного партнерства. Для того, щоб сприяти організації такого фінансування, залишаючись у правовому полі й не використовуючи адміністративний ресурс, державі необхідно здійснювати просвітницьку роботу. Зокрема, роз'яснювати бізнес-спільноті важливість інвестицій в культуру, оскільки без них неможливо розвивати креативні технології в галузі культури, які започатковані й успішно впроваджуються в країнах Європейського Союзу, де державою пропонуються взаємовигідні умови діяльності для різних суб'єктів культурної політики.

Перехід від концепції збереження культурного потенціалу країни в ситуації радикальних політичних і соціально-економічних перетворень до установки на розвиток вітчизняної культури передбачає зміну парадигми культурної політики. Якщо до останнього часу зусилля держави були спрямовані переважно на збереження

і підтримку закладів культури, їх матеріально-технічної бази, то тепер важливо спрямовувати зусилля на створення повноцінних умов для творчості, як професіоналів так і самодіяльності.

Важливо при виробленні концепції національної культурної політики бути відкритим до інших культур, оскільки цивілізаційні трансформації, пов'язані з процесами глобалізації, актуалізують міжкультурну взаємодію, породжують крос-культурні цінності та, водночас, впливають на національну ідентичність, яка втрачає свою цілісність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Геєць В.М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку / Валерій Михайлович Геєць; НАН України; Ін-т екон. та прогнозув. НАН України. – К., 2009. – 864 с.: табл., рис.
2. Есаков В.А. Государственная и общественная экономическая поддержка культуры // Культура: управление, экономика, право. – 2008. – № 4. – С. 8–12.
3. Закон України про благодійництво та благодійні організації від 5 липня 2012 року № 5073-VI. – (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2013, № 25, ст.252) / Із змінами, внесеними згідно із Законами <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5073-17>.
4. Культура и рынок. Опекаемые блага / под ред. А.Я. Рубинштейна, В.Ю. Музычук. – СПб.: Алетейя, 2013. – 400 с.
5. Культура потребує державної опіки, зваженого підходу [Текст]: [Звернення учасників круглого столу «Українська культура сьогодні: стан, перспективи розвитку та дослідження» до керівництва держави] // Українська культура. – № 3(4), 2005. – С. 5.
6. Культурні цінності Європи / За ред. Ганса Йоаса і Клауса Віганта. – Пер. з нім. – К.: ДУХ І ЛІТЕРА, 2014. – 552 с.
7. Музычук В.Ю. Государственная поддержка культуры: теоретические и практические аспекты / Музычук В.Ю. // Культура и рынок. Опекаемые блага / под ред. А.Я. Рубинштейна, В.Ю. Музычук. – СПб.: Алетейя, 2013. – С. 90 – 135.
8. Перспективи приєднання України до платформи «Креативна Європа». Аналітична записка // Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1863/>

9. Тросби Д. Экономика и культура [Текст] / пер. с англ. И. Кушнareвой; Нац. исслед. ун-т «высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – 256 с.
10. Экономические основы культурной деятельности: индивидуальные предпочтения и общественный интерес. В 3-х томах. Экономическая политика в сфере культуры: новый век, новый взгляд (отв. ред. Рубинштейн А.Я., Сорочкин Б.Ю. – СПб.: Алетейя, 2002. – Т.2. – 258 с.
11. Baumol W.J., Bowen W.G. (1966). Performing Arts: The Economic Demma. New York: The Twentieth Century Fund.
12. Frey B.S. (1999). State Support and Creativity in the Arts: Some New Considerations. Journal of Cultural Economics. Vol. 23. P. 71 – 85.
13. Frey B.S. (2003). Public support / A handbook of cultural economics / edited by Ruth Towse. Edward Elgar. P. 389 – 398.
14. Frey B.S. (2009). Cultural Economics. CESifo DICE Report 1/2009.
15. Fullerton D. (1991). On Justifications for Public Support of the Arts // Journal of Cultural Economics, Vol. 15, No. 2. P. 67–82.
16. Heilbrun J., Gray C.M. (1993). The Economics of Art and Culture. An American Perspective. Cambridge University Press.
17. Scitovsky T. (1972). What's Wrong with the Arts Is What's Wrong with the Society. The American Economics Review. Vol.62. No. ½. P. 62 – 69.

Zelinski N., Sarakun L. Culture and economy: the effect of interaction in market conditions.

Background. We study the basic aspects of interaction between culture and the economy

Analysis of recent research and publications. Research on economic issues dedicated work culture Boumol William, William Bowen, A. Rubinstein, D. Trosbi, B. Frey, D. Fullerton.

The **aim** of this article is to analyze the economic measure of the culture; disclosure of the role of government, business and community in the development of culture.

Results. One of the basic laws of modern economy of culture is so-called "cost disease". For some types of artistic culture expenditures exceed income. They have to apply for financial support from the state and patrons.

State funding of culture in Ukraine is a residual. In the difficult situation in the country, should not reduce and transform various institutions of the social sphere that can be regarded as additional paid and free services are guaranteed.

Offers in culture and the arts is not enough if the market does not show all the tastes of consumers. Frey identifies three situations in which the demand for cultural benefits determined by the market incomplete, non-market nature of the demand for cultural goods; positive externalities that arise from cultural activities; art assignment to the category of public goods.

Funding from the state and local budgets should be based on clearly defined standards guaranteed of free public services in the field of culture.

The introduction of the minimum required budget financial collateral security of cultural programs will help stabilize the quality of cultural services. It should be the basis of annual expenditures of the consolidated budget of Ukraine for arts and culture. The introduction of additional, innovative budget programs create conditions for the budgeting of cultural and artistic field.

The importance of investment in culture and creative sector highlights program of the European Commission "Creative Europe".

Conclusion. The challenge in modern conditions is to arrange financing within the private and public partnership. To this end, the state must carry out educational work: business community to explain the importance of investment in culture.

The transition from the concept of preserving the cultural potential of the country to be installed on the development of national culture involves changing the paradigm of cultural policy.

Key words: culture, economics culture, marketplace, culture mechanisms funding, externalities, creative sector.

Довідка про авторів:

Зелінський Микола Юхимович – кандидат філософських наук, професор кафедри філософських та соціальних наук Київського національного торговельно-економічного університету

Домашня адреса: вул. Горького 170/172 кв. 44, м. Київ

Тел.: 097-999-00-74

Саракун Лариса Петрівна – кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії Національного університету харчових технологій.

Службова адреса: вул. Володимирська, 68, м. Київ

Домашня адреса: пр.-т Наук, 26 к. 62, м. Київ

Тел.: 097-24-34-775

a-mail: sarakyn@rambler.ru